

2002

## Stickers heroveren de buitenruimtes

Door Jaap Proost in het Rotterdams Dagblad (27-04-2002)

Vliegen, kippen, fietsen en schietschijven bepalen in steeds groter mate het straatbeeld van de stad. Maar wie goed oplet zal ook hier en daar dokters, worstelaars en broodroosters zien. Vaak vinden ze elkaar op bepaalde plekken. Vooral muren en lantaarnpalen hebben de voorkeur, maar eigenlijk kan het op alles wat een glad oppervlak heeft. Bij wie nog geen lichtje is gaan branden: het gaat hier over stickers.

Oles gaat nooit de deur uit zonder stickers op zak. Overal waar Oles komt laat hij een spoor van stickers met zijn kip achter. 'Heel' Rotterdam hangt ermee vol. Maar ook in andere steden, tot aan Praag en Brussel toe heeft Oles zijn kip 'verkleefd'. "Je moet een sticker zien als een soort visitekaartje. Overal waar je komt laat je zo je stempel achter. Stickeren is eigenlijk een nieuwe manier van taggen," zegt de grafisch ontwerper. Oles is al jaren bezig met graffiti en sinds begin vorig jaar heeft hij dat uitgebreid met het plakken van affiches, stickers en het spuiten van sjablonen. Velen die zich bezighouden met graffiti hebben de voordelen van stickers ontdekt. "Stickeren is eigenlijk een afsplitsing van graffiti. Een sticker is zo geplakt en je kan er veel creativiteit in kwijt. Daarbij komt dat het resultaat altijd hetzelfde is."

Het plakken van eigen ontworpen stickers en affiches is in het buitenland al veel langer een trend. In de Verenigde Staten hebben ontwerpers het gezicht van de worstelaar Andre The Giant omgevormd tot een symbool. Onder de naam Obey Giant siert zijn gezicht nu muren over de hele wereld. Op de website van Obey Giant krijgt de beginnende stickeraar advies hoe hij affiches en stickers kan maken. In Europa zijn stickerplakkers vooral actief in Frankrijk, Duitsland, Engeland en Scandinavië. De stickeraars komen regelmatig bij elkaar. "Er worden feesten georganiseerd speciaal voor mensen uit die scène," vertelt Oles "Pas geleden was er zo'n feest in Rotterdam waar ook ontwerpers uit Frankrijk en Engeland op afkwamen." Oles is daarna ook nog naar een onderonsje in Brussel geweest. "Iedereen laat elkaar zijn werk zien. Die feesten zijn erg inspirerend." De ontmoetingen zijn meteen een mooie gelegenheid om in een andere stad te stickeren. In Rotterdam zijn daarom ook veel plaksels uit het buitenland te vinden.

Bij veel werk gaat het alleen om het ontwerp. Maar er zijn ook stickers die een statement maken, iets aan de kaak willen stellen. Influenza plakt al zeven jaar en is een van pioniers in Rotterdam. Zijn griepvliegen zijn niet alleen overal geplakt, ze willen ook wat teweeg brengen. "Ik ben op een missie om het oog te bevrijden," legt hij uit. Influenza stoort zich mateloos aan de reclames die hij op straat ziet. "Als je op de bus staat te wachten word je ongevraagd geconfronteerd met billboards van bijvoorbeeld H&M met schaars geklede jonge meiden, die je indringend belooeren, alsof ze wat van je willen." Behalve dat hij dat soort reclames een belediging voor vrouwen vindt, ergert hij zich aan de manier waarop het merk de aandacht probeert te trekken. "Iedereen kijkt omdat er een mooi figuur op die poster staat. Daardoor zie

je de merknaam. Het is een goedkope en platte manier om het oog te lokken." Door stickers van zijn vliegen over de ogen te plakken verandert hij de betekenis van zo'n poster met een klein gebaar totaal. "Ineens zijn het paranoia wijven geworden. Ik hoop daarmee mensen aan het denken te zetten hoe reclame werkt en hoe ze op straat gemanipuleerd worden door dat soort beeldtaal."

Een ander project van Influenza zijn de *'15.000 most popular words in advertising (in random order)'*. Door middel van stickers met Engelstalige woorden wil de kunstenaar het gebruik van de Engelse taal door reclamemakers laten zien en spelen met de effecten hiervan. "Die woorden zijn een reactie op de taalvervuiling in het straatbeeld. Het is allemaal reclame. Het eigen taalbesef is verdwenen. Ik heb daar geen kritiek op, maar ik wil iedereen er wel op attent maken hoe zeer het Engels en het reclamejargon in ons leven zijn geslopen." Daarnaast vindt Influenza het gewoon leuk als hij op straat loopt en al die woordjes in zijn ooghoeken ziet opspringen. "Een soort gedicht in beweging." Influenza geeft toe dat zijn stickers soms ook als een vorm van vandalisme worden gezien. "Maar is alle confronterende straatreclame en zijn alle andere vormen van manipulerend design niet net zo'n vorm van vandalisme?" Het steekt hem dat alleen door middel van groot geld beelden op straat kunnen worden verspreid. "Als je maar genoeg geld meebrengt mag je een heel gebouw volplakken met een reuzen-Edgar Davids of een kop van een over-opgemaakt modelletje van vijftig meter hoog, zoals tijdens de EK gebeurde. Hoe meer poen hoe meer rechten."

Ook MC Wisecrack is een oude rot als het gaat om stickers. Hij besteedt met zijn plaksels meer aandacht aan de boodschap dan aan de vormgeving. De kunstenaar omschrijft zijn werk als 'art terrorism'. "Ik verzet mij tegen sommige maatschappelijke tendenzen." Zo heeft hij een sticker gemaakt met een streepjescode met de tekst 'everyone behind bars'. Behalve muren beplakt hij ook muntgeld.

Influenza en MC Wisecrack zien hun werk als een soort spel om voorbijgangers aan het denken te zetten. Zo plakt Influenza tegenwoordig ook stickers waarmee punten te verdienen zijn. "Het idee erachter is dat mensen weer gaan letten op hun omgeving." Op het plaksel staan bijvoorbeeld vijf of tien punten. Als iemand onderweg is van A naar B moeten de punten van de verschillende stickers bij elkaar worden opgeteld. "Mijn werk zal niet bij iedereen in goede aarde vallen, maar ik zie een mooie sticker zoals anderen misschien een orchidee langs de snelweg."

Siebe Thissen is werkzaam bij Centrum van Beeldende Kunst en is hoofd van de afdeling openbare ruimte. In die hoedanigheid houdt hij zich veel bezig met kunst van de straat. Omdat de pakkans met stickers plakken veel kleiner is dan met graffiti denkt Thissen dat het ook een ander soort mensen aanspreekt. "Ik ken iemand die in Boijmans Van Beuningen heeft geëxposeerd en zich bezig houdt met stickeren." Thissen ziet ook dat de stickers artistieker zijn dan graffiti. "Veel stickers zijn kunstacademiewerk. Je kan zien dat er creatieve personen achter die stickers zitten, die nagedacht hebben over hun ontwerp." Thissen vindt het niet gek dat de stad wordt volgeplakt. Hij ziet de stad als één groot massamedium. "Corporate graffiti (reclame en logo's van winkels, red.) bepalen steeds meer het straatbeeld. Het maakt niet uit hoe lelijk reclames zijn, als er maar voor betaald wordt. Het is niet verwonderlijk dat daar een reactie op komt. De stad is een drager van informatie, zowel van reclames en graffiti. Ik zie geen enkel verschil tussen corporate graffiti en

stickers." Daarnaast denkt Thissen dat de vele reclame-uitingen ook een andere reactie oproepen. "Het dagelijks leven wordt beheerst door logo's. Merken bepalen de identiteit van jongeren. Door het ontwerpen van een sticker maken jongeren hun eigen persoonlijke logo. Op die manier onderscheiden zij zich en maken van de stad weer een publiek domein."

Veel stickeraars ergeren zich aan bedrijven en reclamebureaus die gebruik maken van hun medium. In het verleden is als reclamestunt het centrum volgeplakt en gespoten door bedrijven als Nike en Radio 538. "Zielig. Ik vind het zelfs een belediging," zegt Oles "Multinationals zoals Nike, die zo traditioneel zijn als wat, proberen op die manier zich een undergroundimago aan te meten. Laten ze zich bij televisiespotjes houden," Hij benadrukt dat stickeraars anticommercieel bezig zijn. "Ik betaal mijn stickers uit eigen zak. Veel mensen zullen mijn kip als logo kennen, maar ik ben er niet op uit er geld mee te verdienen."

Voor de politie heeft de bestrijding van stickers en stickeraars niet de hoogste prioriteit. Ze hebben hun handen al vol aan het zwaardere werk; aan veiligheid, straatroof en overvallen. "Het plakken van stickers is niet te bestrijden," aldus de politie. "De stad hangt vol met stickers en affiches. Mocht een agent iemand op heterdaad betrappen, dan kan er worden opgetreden. Maar de pakkans is erg klein." Als iemand gepakt wordt voor het plakken van een sticker zal er in de meeste gevallen schikking worden getroffen door middel van een boete van enkele tientallen euro's. De politie maakt een verschil tussen het aanbrengen van graffiti en het opplakken van stickers. "Graffiti wordt vaak geassocieerd met onveiligheid en vormen een grotere afbreuk van een gebouw of kantoor dan een sticker. Dus als iemand gepakt wordt voor het spuiten van graffiti zal die persoon harder worden aangepakt dan een stickeraar."

Het stickeren lijkt vooral een gevecht om de buitenruimtes te heroveren. Lastplak plakt zelf en pulkt daarnaast zoveel mogelijk stickers van de muren om voor het nageslacht te bewaren. "Met stickers creëer je eigen plek in stad." Lastplak was verleden jaar in Porto waar in het kader van een uitwisseling een Rotterdams bord met een spreuk werd onthuld. Binnen de kortste keren was het bord versierd met een sticker. "Zo hoort het ook. Een Rotterdams bord zonder sticker kan natuurlijk niet," zegt Lastplak.